

У підсумку, харчова біотехнологія відкриває нові горизонти у виробництві продуктів здорового харчування, забезпечуючи споживачів якісними та корисними продуктами. Подальші дослідження в цій галузі можуть призвести до створення ще більш інноваційних рішень, які відповідатимуть потребам сучасного суспільства.

Маркетингові дослідження у біотехнології та фармацевтиці

Сидоренко Д. Д.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

study2021darina@gmail.com

Маркетингові дослідження у біотехнології та фармацевтиці відіграють важливу роль у розвитку та впровадженні нових продуктів на споживчий ринок. Сучасні технології вимагають все більшої уваги до вивчення потреб споживачів, конкурентного середовища, а також регуляторних вимог, щоб забезпечити успіх нових біотехнологічних та фармацевтичних рішень (рис. 1.).

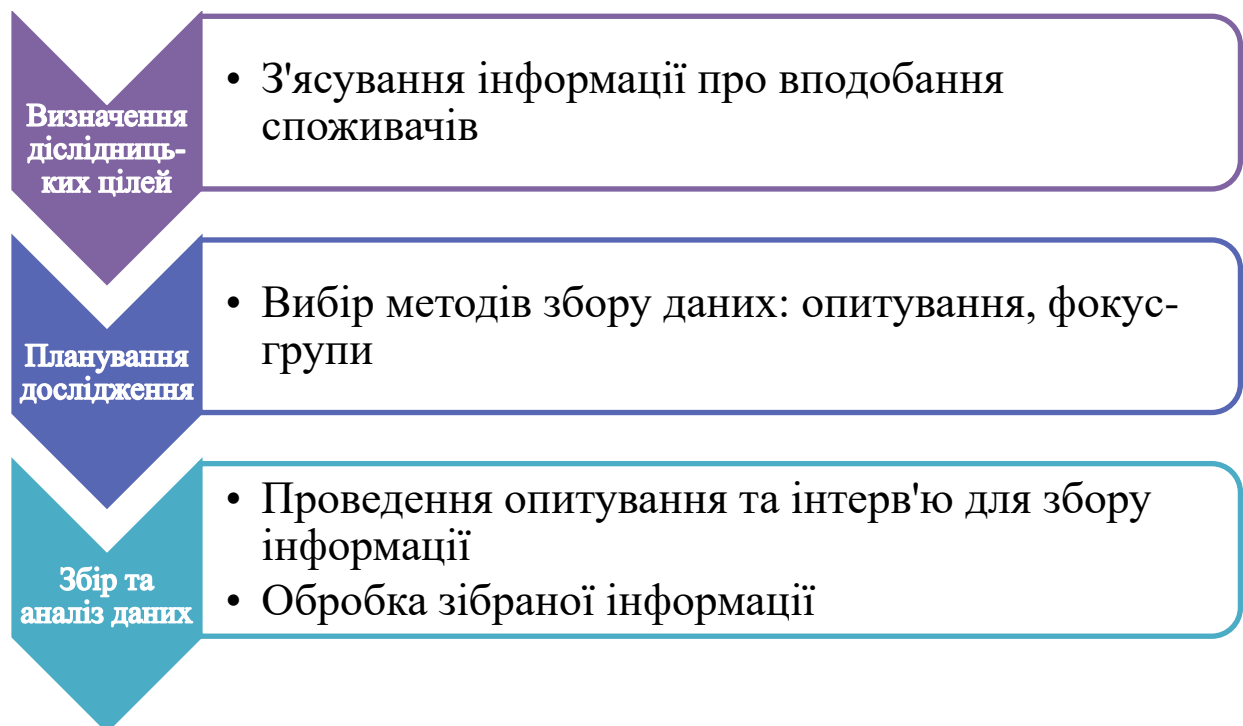


Рис. 1. Схема процесу маркетингових досліджень у фармацевтиці.

Перш ніж виводити продукт на ринок, компанії виконують комплексний аналіз ринку, в якому враховуються демографічні показники, уподобання

споживачів та існуючі пропозиції конкурентів. Це дозволяє розробити стратегії, які відповідають потребам цільової аудиторії та забезпечують конкурентні переваги. Наприклад, аналітика фармацевтичного ринку може включати дослідження щодо висвітлення нових лікувальних практик та вподобань лікарів в умовах вибору між альтернативними терапіями.

Важливим аспектом маркетингових досліджень є оцінка ефективності рекламних кампаній, а також комунікаційних стратегій. В нашому сучасному світі цифрових технологій, компанії використовують різноманітні аналітичні інструменти для моніторингу поведінки споживачів в інтернеті, що дозволяє виявити ефективні канали комунікації та оптимізувати витрати на маркетинг.

Окрім того, в умовах швидкого розвитку біотехнологій, компанії повинні враховувати існуючі регуляторні вимоги та наукові відкриття, що можуть впливати на їхній бізнес. Зокрема, препарати, які проходять через тривалі клінічні випробування, потребують безперервного моніторингу і збору даних для демонстрації їхньої безпеки та ефективності, що також стає об'єктом маркетингових досліджень.

Таким чином, маркетингові дослідження у біотехнології та фармацевтиці не лише підвищують адаптивність компаній до змін ринку, але й сприяють інноваційним розробкам, які відповідають сучасним вимогам і споживчим уподобанням.

Композиція дисульфіраму з носієм на основі оксиду графену та біополімеру

Сидоряк О. І., Заярнюк Н. Л.

Кафедра технології біологічно активних сполук, фармації та біотехнології Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
oleh.i.sydoriak@lpnu.ua

Наноструктури на основі оксиду графену (ОГ) є перспективними матеріалами для застосування у фармації та біотехнології: при розробці біосенсорів та систем контрольованої доставки ліків, одержанні клітинних культур, регенерації тканин. Використання таких наноносіїв дає можливість